



ALBERTO FREIRE

# FOMENTO À CULTURA

COLEÇÃO  
POLÍTICA E  
GESTÃO  
CULTURAIS

SECRETARIA DE  
CULTURA





COLEÇÃO  
POLÍTICA E GESTÃO CULTURAIS

# FOMENTO À CULTURA

ALBERTO FREIRE

SECRETARIA DE  
CULTURA |



TERRA DE TODOS NÓS

## **PENSAR, AGIR E ORGANIZAR O CAMPO DA CULTURA**

Desde o início do Governo Lula no Brasil e do Governo Wagner na Bahia o campo da cultura vem passando por um relevante processo de organização e institucionalização. O campo cultural no país e no estado tem historicamente uma organização e uma institucionalização frágeis. Diversos fatores contribuem para esta fragilidade, dentre eles cabe destacar: o autoritarismo vigente em diversos momentos; a ausência de políticas culturais e a própria complexidade do campo e dos agentes culturais.

O panorama começa a mudar a partir de Gilberto Gil no Ministério da Cultura. A construção da Conferência Nacional de Cultura; do Plano Nacional de Cultura e do Sistema Nacional de Cultura são marcos emblemáticos do processo de mudança. Eles exigem conferências, planos e sistemas estaduais e municipais. Eles implicam na constituição de conselhos, colegiados, fundos e outros dispositivos. A ampliação da institucionalidade impacta e exige uma maior e melhor organização do campo da cultura e de seus agentes no Brasil e na Bahia.

Um dos requisitos essenciais para a vitalidade da institucionalização e da organização é a formação qualificada dos agentes culturais. Sem isto, sistemas, planos, fundos, espaços de participação, entidades representativas, gestão e políticas culturais correm grande risco e perigo. Nesta perspectiva, é dever de todos, ampliar e qualificar a formação no campo da cultura. Aliás, esta tem sido demanda recorrente em todas as conferências de cultura. Esta coleção, inscrita na política de formação e qualificação em cultura desenvolvida pela Secretaria Estadual de Cultura da Bahia, busca colaborar com as transformações em curso no campo da cultura.

**ANTÔNIO ALBINO CANELAS RUBIM**  
SECRETÁRIO DE CULTURA DO ESTADO DA BAHIA

Caro(a) leitor (a),

Você tem em mãos uma coleção composta por 10 cartilhas temáticas, elaboradas por professores, pesquisadores, estudiosos e gestores da cultura, que foi realizada com um objetivo muito claro: permitir o acesso a informações e conceitos fundamentais ao campo da cultura atualmente.

Desde 2003, em todo o país, foi iniciado um processo de organização do campo cultural em termos de políticas e gestão. A Bahia integrou este movimento a partir de 2007 com a criação de um órgão exclusivo dedicado à cultura, a Secretaria de Cultura do Estado da Bahia. Desde então, dirigentes, gestores, produtores e todo e qualquer agente cultural foram convocados a arregaçar as mangas e participarem deste processo de reconhecimento da importância da cultura para o desenvolvimento humano, cidadão e econômico no nosso estado.

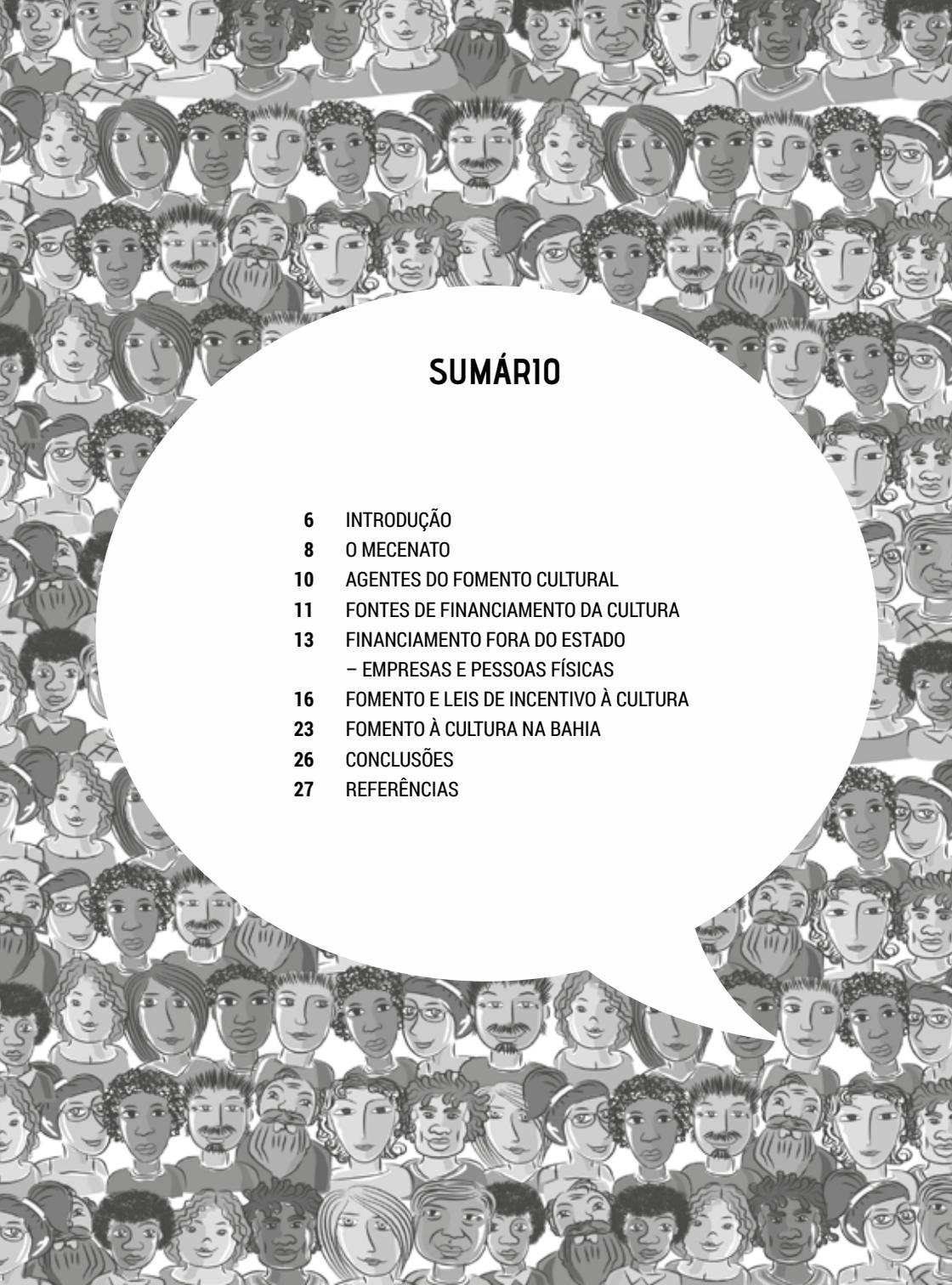
Estas cartilhas são mais um instrumento de disseminação de informações cruciais para a compreensão e a atuação no campo cultural. Com uma abordagem objetiva e introdutória, você, leitor(a), poderá se apropriar de temas como: Política Cultural; Legislações Culturais; Sistemas de Cultura; Planos de Cultura; Conselhos de Cultura; Fomento à Cultura; Participação, Consulta e Controle Social da Política Cultural; Gestão Cultural; Redes e Consórcios; e Território e Identidade.

Esta coleção ainda foi criada em formato de maleta para que essas cartilhas possam andar juntas, já que contêm informações que se complementam. Mas também, para garantir a mobilidade desses conteúdos que podem ser levados, consultados, discutidos onde haja alguém interessado em contribuir para a política e a gestão culturais.

Tenha uma boa leitura!

**TAIANE FERNANDES S. DE ALCÂNTARA**  
SUPERINTENDENTE DE DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL DA CULTURA





## SUMÁRIO

- 6 INTRODUÇÃO
- 8 O MECENATO
- 10 AGENTES DO FOMENTO CULTURAL
- 11 FONTES DE FINANCIAMENTO DA CULTURA
- 13 FINANCIAMENTO FORA DO ESTADO  
– EMPRESAS E PESSOAS FÍSICAS
- 16 FOMENTO E LEIS DE INCENTIVO À CULTURA
- 23 FOMENTO À CULTURA NA BAHIA
- 26 CONCLUSÕES
- 27 REFERÊNCIAS



## INTRODUÇÃO

O fomento à cultura nos tempos atuais, ou na contemporaneidade, se realiza por meio de diversas formas. Existe um conjunto de mecanismos legais que podem ser utilizados por cidadãos, entidades privadas, associações, grupos, etc., com o objetivo de buscar recursos diversos para viabilizar uma produção cultural.

Este tema é muito importante para todos que têm o objetivo de viabilizar uma produção, mas, às vezes, têm dúvidas sobre os caminhos que devem percorrer na busca de recursos para, efetivamente, realizarem suas criações no fascinante universo que abrange a cultura.

Antes de seguirmos adiante, é oportuno esclarecer o significado do termo fomento, da forma como será utilizado ao longo desta publicação. Assim, fomento pode ser usado com o sentido de incentivo, estímulo e promoção ao desenvolvimento. Poderíamos citar outros termos e expressões semelhantes, mas fiquemos com estes que dão uma boa dimensão de **fomento como incentivo à cultura, estímulo à cultura ou promoção ao desenvolvimento cultural.**







## O MECENATO

### UM POUCO DE HISTÓRIA: DE CAIO MECENAS AO MECENATO

Se fizermos uma volta a um passado bem distante da nossa realidade, veremos que o aparato de fomento à cultura existente hoje tem origem há milhares de anos, em outro contexto geográfico, social, político, cultural e histórico.

O fomento à cultura realizado por entidades como o Estado, empresas, ou mesmo pessoas, individualmente, não é novo. Em geral, esta relação denomina-se mecenato, termo derivado do nome de Caio Mecenias, cidadão da Roma do Imperador Augusto César, entre os anos 30 aC e 10 aC, que estabeleceu um eficiente sistema de apoio às artes e aos artistas do Império romano naquele período.

Caio Mecenias influenciou o imperador a empreender uma política de apoio às artes com uma estratégia que incluía uma relação de proximidade entre o governo e a cultura, representada por artistas e pensadores. Mecenias passou para a história como o “protetor das artes”. No entanto, sua estratégia ultrapassa o sentido de proteção artística, e se insere também na perspectiva de promover o reconhecimento do Império perante a sociedade, por meio da arte e da cultura. De acordo com Cândido de Almeida, a atuação de Caio Mecenias ao utilizar a cultura e o pensamento como ações de governo pode ser considerada como um dos mais sutis sistemas para legitimar o poder e foi utilizado, séculos depois, por outros governantes ao longo da história.

A partir deste marco inicial, além de governos, outros setores da sociedade também adotaram uma postura de estímulo ou fomento e proteção às manifestações artístico-culturais. Desde então, o **mecenato**, como passou a se chamar esta ação, refere-se à atitude do Estado, nobreza, Igreja e burguesia de promover a manutenção de artistas e bens culturais, como uma política de apoio material e/ou financeiro para criadores culturais.

O Renascimento (período histórico entre o final do século XIV e meado do século XVI) foi um tempo histórico em que as ações do mecenato propiciaram um

amplo desenvolvimento às artes. Esse foi o período que os reinados europeus travavam verdadeira disputa por prestígio, capitalizado pelo apoio à cultura. Reunir grande contingente de criadores e pensadores à corte, por meio de financiamento da criação e produção artística, significava aumento do patrimônio material, pelo acervo acumulado, e também simbólico, pela associação da corte à aura e glamour que estão presente nas artes.

A cidade italiana de Florença é uma referência do acolhimento de criadores e pensadores sob a proteção do Estado ou de famílias da nascente burguesia comercial e financeira do século XV. Com apoio dos mecenas daquele período, a cidade construiu e consolidou um rico acervo artístico e arquitetônico. Para erguer estes empreendimentos, Florença atraiu arquitetos, pintores, escultores e outros artesãos que ergueram na cidade um valioso patrimônio, financiados por vigoroso sistema de mecenato.

## OS MECENAS DO SÉCULO XX

Esse modelo de acumular prestígio por meio de apoio material e/ou financeiro à produção cultural se estendeu ao longo dos séculos e chegou ao século XX, marcado pela ação individual de industriais americanos como protetores das artes e instituições culturais. Grandes empresários como Henry Ford, John Rockefeller, Peggy Guggenheim e Andrew Carnegie são exemplos citados de forma recorrente do mecenato norte-americano. Beneficiados pela legislação liberal americana, os industriais podiam fazer doações individuais para financiar a arte e a cultura. A aquisição de coleções e o apoio a bibliotecas, fundações e equipamentos culturais constituíram a base do modelo de mecenato norte-americano.

A história brasileira conta com poucos exemplos de empresários que exerceram o papel de mecenas. Os nomes mais expressivos são Assis Chateaubriand e Francisco Matarazzo, grandes empresários e importantes colecionadores de obras de arte que deixaram um significativo patrimônio de contribuição à cultura artística em São Paulo, estado que era a base dos seus negócios. O Museu de Arte Moderna (MAM), na cidade de São Paulo, e o Museu de Arte de São Paulo (MASP), representam o legado do mecenato exercido por esses dois capitalistas na metade do século XX no país.

Um panorama histórico do apoio à cultura introduzido por Caio Mecenaz revela as relações entre cultura e algumas instâncias de dominação, como o poder político representado pelo Estado, a influência da Igreja e, por fim, a burguesia europeia com o poderio econômico. **As mudanças ocorridas ao longo da história permitem perceber as muitas transformações ocorridas nos modelos de financiamento e fomento à cultura, como também na organização da produção cultural nas sociedades.**



## AGENTES DO FOMENTO CULTURAL

No mundo contemporâneo existem produções culturais que atraem o interesse de um grande contingente de pessoas. Estas produções se sustentam por meio da venda direta de ingressos ou das obras, num mercado consolidado. São os bens produzidos pela indústria cultural, que atua com a mesma lógica da produção, distribuição e lucro existente na indústria de outros bens, como carros, roupas, eletrônicos, eletrodomésticos etc. A expressão indústria cultural nos leva a refletir sobre sua forma de atuar, seus produtos, serviços e públicos consumidores.

Outras produções não atingem esse status, sendo necessária a atuação de agentes de fomento para que elas sejam realizadas. Em geral, o Estado por meio da política cultural é o segmento prioritário para fomentar financiar o que se faz culturalmente fora do circuito de produção, distribuição e consumo da indústria cultural. Assim, pode-se dizer que o Estado é o principal formulador de estratégias, táticas e execução de políticas para a cultura. Mas não é o único.

Nas últimas décadas outros setores da sociedade têm atuado de forma complementar ou suplementar às políticas de Estado para a cultura. Assim, empresas, organizações não governamentais (ONGs) e outras entidades também desenvolvem programas de incentivo cultural com objetivos diversos, como veremos adiante.



## FONTES DE FINANCIAMENTO DA CULTURA

A produção artística e cultural pressupõe uma condição na qual a criação e concepção de uma obra se aproximam de um estágio especial na busca pela inovação e autenticidade. Mas também é própria deste processo a necessidade de se materializar e disponibilizar para o consumo e fruição, ou apreciação do público, em especial as obras artístico-culturais.

Neste segundo estágio, a busca de recursos diversos, sobretudo financeiros, torna-se imperativa. A partir deste instante, surge a necessidade da figura do agente de financiamento. No nosso sistema econômico o ofício da produção artístico-cultural coloca em contato o criador que se expressa e o agente de financiamento, que propicia a chegada do produto cultural ao que podemos chamar de mercado dos bens simbólicos, com o fascinante resultado do trabalho criativo e transformador, que é próprio da cultura.

Assim, o setor cultural é financiado por várias **fontes**, que podem ser **públicas**, das diversas esferas, sejam federais, estaduais ou municipais, e **privadas**, caracterizada por pessoas físicas, empresas, fundações e outros segmentos da sociedade civil. A relação entre os entes públicos e privados e a forma como se relacionam são fatores fundamentais para o entendimento dos mecanismos de financiamento da cultura e o lugar que esse financiamento ocupa no fomento à cultura.

A incorreta e injusta classificação da cultura como assessória em relação a outras áreas de atuação do Estado, como saúde, segurança e economia, por exemplo, coloca o financiamento da cultura, ou a sua falta, como questão essencial para a compreensão desse rótulo que foi associado à cultura por muitos anos. No caso brasileiro, enquanto a Constituição Federal de 1988 deu um importante passo nas garantias do compromisso do Estado com a cultura, as fontes de financiamento público não foram definidas de forma clara.

Além das entidades listadas acima, o financiamento da cultura incorpora, também, sujeitos como os artistas, criadores e produtores culturais que têm diferentes motivações e interesses na relação que engloba a destinação de recursos financeiros ou outros recursos, para a produção dos bens culturais.



Considerando a multiplicidade de objetivos envolvidos nesse segmento, pode-se concebê-lo como um campo no qual se confrontam diferentes poderes, forças e capacidade de se organizar e reivindicar.

Na esfera federal o Estado brasileiro é, historicamente, o responsável principal pelo financiamento da cultura, uma tradição que não difere muito de outros países. Esse modelo de investimento de recursos públicos se caracteriza como **financiamento direto**, englobam as verbas do orçamento do Ministério da Cultura (MinC) e seu conjunto de instituições como IPHAN, FUNARTE, Fundação Cultural Palmares etc.

A histórica condição de verbas públicas reduzidas para a cultura, em diferentes governos, e o modelo de destinação dessas verbas, torna o financiamento direto, com verbas da União, insuficiente para atender aos objetivos constitucionais estabelecidos. Com um patrimônio cultural muito vasto, o país tem uma abrangente diversidade cultural.

Essa diversidade, composta pelas manifestações populares, as festas religiosas, os ritmos regionais e os artistas e artesãos que buscam um lugar no disputado espaço da visibilidade contemporânea, engloba ainda os prédios, monumentos e esculturas de um período artístico e arquitetônico significativo, que desempenha importante papel de registro histórico e cultural, o chamado patrimônio de pedra e cal.

No aspecto que se refere à destinação de recursos para a continuidade desse complexo sistema cultural e o apoio ao surgimento de novas expressões, há sempre uma questão recorrente: como o Estado pode atender a essa crescente demanda? Assim, os recursos estão geralmente em descompasso entre os valores disponíveis e a crescente solicitação de artistas, criadores, produtores e instituições culturais.



## FINANCIAMENTO FORA DO ESTADO - EMPRESAS E PESSOAS FÍSICAS

**O financiamento indireto** constitui os investimentos em cultura cuja origem esteja fora do Estado. Nesse processo se incluem as pessoas físicas, um segmento ainda pouco expressivo em volume de recursos destinados à cultura no Brasil, e as empresas com um histórico de presença marcante há quase três décadas, desde a criação das leis de incentivo e a renúncia fiscal permitida pelo governo.

No financiamento empresarial para a cultura, por meio do **Marketing Cultural**, há uma clara relação de mercado, onde se investe com a perspectiva de obtenção de retorno de natureza diversa, seja pelo aumento de prestígio e reconhecimento, ou o aumento do faturamento e do lucro com a exibição das marcas empresariais, em um mercado competitivo.

Na comparação entre o financiamento do Estado e do mercado para a cultura, uma diferença visível se constata na avaliação dos resultados de um projeto. Na atuação do Estado os ganhos são para toda a sociedade, considerando-se importantes aspectos como o acesso e o consumo cultural. Já no financiamento indireto, concedido pelas empresas, os objetivos mudam e os resultados esperados direcionam-se, em boa medida, para a organização financiadora.

Para Ana Carla Reis, em seu livro “Marketing cultural” e financiamento da cultura”, de 2002, pelas diferenças existentes entre os segmentos de financiamento público e privado, eles podem ser separados em critérios distintos que demarcam o lugar ocupado por cada um na ação de investir recursos em cultura. Segundo a autora,

“ ...a compreensão dessas duas fontes de financiamento passa pela análise das motivações, públicos, objetivos, avaliação de resultados e articulações. ”

O quadro seguinte sintetiza as diferenças fundamentais indicadas por ela.

## SETOR PÚBLICO E PRIVADO NO FINANCIAMENTO DA CULTURA

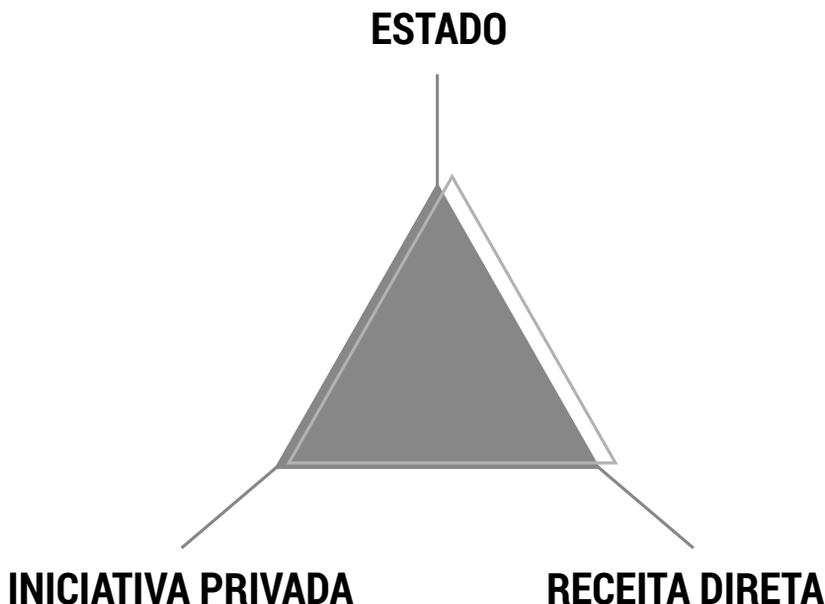
	Setor Público	Setor Privado
Motivação	Social	Social, pessoal ou comercial.
Público-Alvo	População em geral	Público dirigido como consumidores, clientes atuais, ou potenciais; fornecedores, funcionários, governo, formadores de opinião, jornalistas, comunidades, etc.
Objetivo	Estabelecidos na política cultural: democratização, diversidade, promoção da identidade nacional, etc.	Pessoais, sociais ou estabelecidos na estratégia de comunicação: divulgação da marca, aprimoramento da imagem, endomarketing, promoção junto a segmentos, etc.
Forma de mensuração dos resultados esperados	Eliminação das desigualdades de acesso à cultura, distribuição descentralizada dos projetos e instituições culturais, estudo de imagem do país, aquecimento da economia local, etc.	Cobertura de mídia, pesquisa de conhecimento da marca, estudos de imagem, estímulo às compras, aprovação de projetos, etc.
Articulação	Setores econômico, social, educacional, tecnológico, de relações exteriores, etc.	Com a comunidade ou com a estratégia de comunicação da empresa.

Fonte: Reis (2006, p.152), com modificações

O quadro apresentado oferece um plano geral das diferenças existentes nos modelos de financiamento público e privado. No seu conjunto, os itens listados deixam claros como o Estado e o mercado se guiam por caminhos distintos quando se envolvem na atribuição de financiar a cultura. Aspectos como “público-alvo” e “objetivos” permitem uma clara demonstração das diferenças que demarcam os dois modelos de financiamento e fomento à cultura.

Além de entidades públicas e privadas como setores que financiam a cultura, há também que considerar o **autofinanciamento**, oriundo da receita direta gerada pela exibição e/ou comercialização das produções culturais. Considerando essas três formas de viabilizar o financiamento à cultura, o modelo pode ser representado como um triângulo, no qual o Estado, a receita direta e a iniciativa privada representam os vértices da figura, conforme Almeida e Da-Rin (1992).

## FONTES DE FINANCIAMENTO DA CULTURA



Fonte: Almeida e Da-Rin (1992)



## FOMENTO E LEIS DE INCENTIVO À CULTURA

Aqui trataremos com mais detalhes dos programas de incentivo à cultura promovidos pelo Estado, nas esferas federal e estadual. Ao Estado cabe o fomento como forma de preservação do patrimônio simbólico da sociedade e também como indutor de desenvolvimento. É papel do Estado garantir a livre expressão em estreita relação com outros segmentos da sociedade, a difusão da cultura, a afirmação das identidades culturais e da diversidade. A seguir alguns dos principais programas federais para viabilizar financeiramente uma produção cultural.

### LEI ROUANET

A Lei Rouanet, Lei Federal 8.313/91 é o mais importante aparato de financiamento à cultura do país. Dela faz parte o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC), que é composto por três mecanismos: o Fundo de Investimento Cultural e Artístico (FICART), o Fundo Nacional da Cultura (FNC) e o Incentivo a projetos culturais, MECENATO.

### O FICART

Este mecanismo foi concebido como um **fundo de investimento** no qual o investidor teria retorno financeiro baseado no sucesso da produção cultural. Sua aplicação está voltada para a construção de equipamentos culturais e também grandes eventos, com perspectiva de atração de público, e lucro por meio da venda de ingressos. Neste caso, o percentual dos incentivos e benefícios fiscais seriam menores, devido a possibilidade de lucro financeiro do investidor. É um modelo voltado para as atividades comerciais ou industriais de interesse cultural, mas não conseguiu atrair o investidor como previsto. Assim, o FICART ainda é considerado um mecanismo sem muita atividade, embora legalmente em vigor.

### O FNC

O Fundo Nacional de Cultura destina recursos diretamente a projetos culturais sob a forma de apoio a fundo perdido ou de empréstimos reembolsáveis. Cada

projeto aprovado recebe até 80% do valor previsto. Podem ser beneficiados projetos de instituições privadas sem fins lucrativos e de instituições públicas. As inscrições para o FNC são realizadas mediante chamadas públicas, ou demanda espontânea.

De acordo com informações do Ministério da Cultura (MinC), com os recursos do FNC, o Ministério pode fomentar propostas que não se enquadram em programas específicos, mas que têm afinidade com as políticas da área cultural e são relevantes para o contexto em que irão se realizar. Para receber apoio do FNC, as propostas de demanda espontânea são escolhidas por processos seletivos realizados pela Secretaria de Incentivo e Fomento à Cultura (Sefic) do Ministério.

Este mecanismo foi concebido para incentivar projetos que estão fora da lógica da indústria cultural, além de “estimular um maior equilíbrio na distribuição regional dos recursos financeiros a serem aplicados na execução de projetos culturais e artísticos”, conforme o artigo 4º da Lei Rouanet.

## INCENTIVOS A PROJETOS CULTURAIS - MECENATO

É a modalidade de fomento mais utilizada da Lei Rouanet. O interessado, ou proponente, apresenta uma proposta cultural ao Ministério da Cultura e, caso seja aprovada, é autorizado a captar recursos junto a pessoas físicas pagadoras de Imposto de Renda (IR) ou empresas tributadas com base no lucro real. Os recursos destinados aos produtores culturais são classificados como doações ou patrocínios, conforme definição adiante. Para melhor compreensão da Lei Rouanet os termos mais utilizados tem as seguintes definições:

**doação:** transferência financeira ou de bens para um projeto cultural, mas sem uso permitido da publicidade, marca ou nome da empresa doadora.

**patrocínio:** destinação de recursos financeiros ou serviços para viabilizar a execução de um projeto cultural. Neste caso, a lei permite a exibição das marcas das empresas patrocinadoras, que também podem receber um percentual do produto resultante do projeto, como CDs, ingressos, livros, etc., para distribuição gratuita.



**proponente:** as pessoas físicas, jurídicas, públicas ou privadas, com atuação na área cultural, que proponham programas, projetos e ações culturais ao Ministério da Cultura, com o objetivo de captar recursos.

**incentivador:** o contribuinte do Imposto sobre a Renda e Proventos de qualquer natureza, pessoa física ou jurídica, que efetua doação ou patrocínio para programas, projetos e ações culturais aprovados pelo Ministério da Cultura, e obtém incentivos fiscais.

**beneficiário:** o proponente de programa, projeto ou ação cultural favorecido pela doação ou patrocínio.

**apoio:** Não envolve recurso financeiro. O patrocinador contribui, exclusivamente, com bens e serviços.

**promoção:** quando a empresa está ligada ao setor de comunicação e se encarrega de promover o projeto cultural em seus veículos.

**realização:** o realizador é o produtor, ou seja, quem idealiza e executa o projeto cultural.



O incentivo pode se dar de duas formas, regulamentados pelos artigos 18 e 26 da Lei Rouanet. Assim, é comum os produtores culturais e os responsáveis pelos patrocínios nas empresas se referirem a estes artigos de forma habitual pelo domínio dos seus conteúdos. Há uma dúvida recorrente entre os benefícios de se enquadrar em um ou outro artigo. É bom conhecê-los na íntegra, mas em linhas gerais têm os seguintes requisitos.

Pelo **artigo 18** da Lei, o Ministério da Cultura (MinC) prioriza alguns segmentos culturais e define que a dedução do valor investido pode ser de 100% do projeto, respeitando-se os limites de dedução do imposto de renda para pessoa física ou jurídica. Já o artigo 26 engloba os demais segmentos que não fazem parte da lista do artigo 18. Assim, pelo **artigo 26** o abatimento permitido ao doador é de 30% do valor investido. No entanto, o MinC autoriza que o valor investido seja lançado como despesa operacional da empresa, o que pode ser mais atraente para os negócios do patrocinador.

Os percentuais de abatimento e as áreas culturais abrangidas na Lei Rouanet podem sofrer alterações por meio de decretos. Assim, recomenda-se a leitura da Lei de forma atualizada, para saber com exatidão como seu projeto pode ser patrocinado e quais os benefícios para o patrocinador.

Pelo artigo 18 são apoiados os projetos de artes cênicas, música instrumental e erudita, itinerância de exposições de artes plásticas, livros de valor artístico, literário ou humanístico, doações de acervo para bibliotecas públicas e museus, doação de acervos para cinematecas, treinamento de pessoal e aquisição de equipamentos para manutenção dos acervos de bibliotecas públicas, museus, arquivos públicos e cinematecas, para a produção de obras cinematográficas e videofonográficas de curta e média metragem, preservação de difusão do acervo audiovisual e preservação do patrimônio cultural material e imaterial, construção e manutenção de salas cinema e teatro em cidades com até 100 mil habitantes.



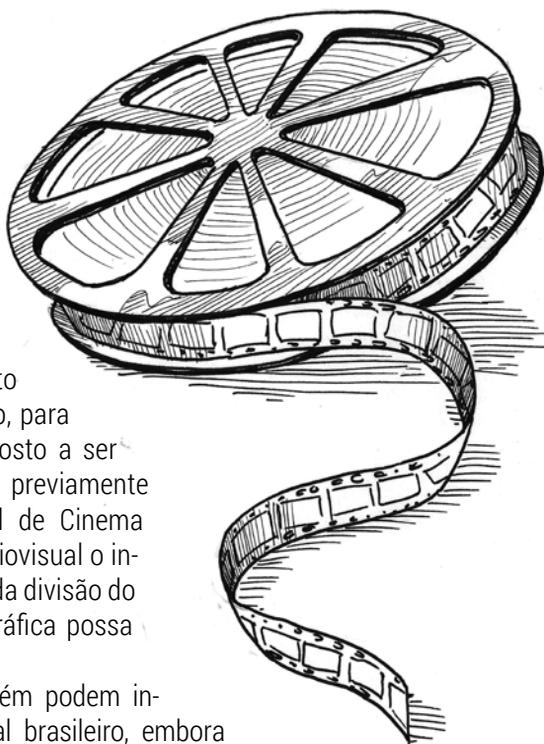
As Inscrições são feitas via Sistema de Apoio às Leis de Incentivo à Cultura - SalicWeb, no site <http://sistemas.cultura.gov.br/propostaweb/>. Podem inscrever projetos para captar recursos:

- Pessoas físicas que atuam na área cultural, como artistas, produtores e técnicos;
- Pessoas jurídicas de natureza cultural como autarquias e fundações;
- Pessoas jurídicas privadas e de natureza cultural, com ou sem fins lucrativos, como cooperativas e organizações não governamentais.

## LEI DO AUDIOVISUAL

A Lei do Audiovisual, nº 8.685, é também uma lei de incentivo fiscal à cultura e permite o apoio à produção de obras cinematográficas. Esta Lei permite que patrocinadores de obras audiovisuais e cinematográficas brasileiras abatam do Imposto de Renda 100% do valor investido, para uma dedução de até 3% do imposto a ser pago, desde que o projeto esteja previamente aprovado pela Agência Nacional de Cinema (ANCINE). Por meio da Lei do Audiovisual o investidor é autorizado a participar da divisão do lucro que a produção cinematográfica possa gerar.

Empresas estrangeiras também podem investir na produção de audiovisual brasileiro, embora com limites de isenção e dedução em percentuais diferentes dos concedidos a empresas brasileiras.



É possível captar recursos incentivados para a produção nos seguintes formatos: longa, média e curta-metragem, telefilme, minissérie, obra seriada e programa para televisão de caráter educativo e cultural, além de investimentos em recursos técnicos, infraestrutura, exibição, e distribuição.

\* \* \*

As leis de incentivo fiscal disponibilizaram verbas para o financiamento de grande número de projetos culturais, entretanto elas apresentam problemas, que precisam ser enfrentados para propiciar o acesso justo e equilibrado aos recursos. Como vimos, o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC) estabelece o financiamento federal da cultura através de três mecanismos, mas, na prática, o Mecenato, tem uma posição dominante no financiamento da cultura no Brasil. Os Fundos de Investimento Cultural e Artístico (FICART), destinados a projetos de orientação comercial, praticamente não são utilizados. O Fundo Nacional de Cultura (FNC), que teria a finalidade de garantir a distribuição regional e setorial de recursos, em especial para projetos com menores possibilidades de captação, movimentou valores bem menores do que o Mecenato.

É importante esclarecer que o Mecenato tem como base a renúncia fiscal; ou seja: a empresa não investe recursos próprios, ela apenas transfere para os produtores culturais esta parte do imposto que seria pago ao poder público. Sendo assim, o modelo vigente de participação das empresas no financiamento da cultura se converteu em uma prática que tem uma falsa aparência de financiamento privado. **Isto porque os recursos financeiros investidos na cultura são essencialmente públicos, originados na renúncia de impostos.** Segundo relatório da Comissão de Educação e Cultura da Câmara dos Deputados sobre o Projeto de Lei nº 6.722/2010, nos 17 primeiros anos da Lei Rouanet, de cada R\$ 10 investidos, apenas R\$ 1 foi de contrapartida de empresas privadas.

Outro ponto que merece referência é o difícil acesso aos recursos do Mecenato. Segundo Frederico Barbosa Silva somente 30% dos 17 mil projetos apresentados entre 1996 e 2000 conseguiram captação. As verbas disponibilizadas através das leis Rouanet e do Audiovisual concentram-se em um grupo reduzido de artistas e projetos (normalmente artistas consagrados ou grandes eventos de visibilidade midiática). Além disso, dentro da lógica do marketing cultural, há uma fortíssima centralização dos recursos nas regiões Sul e Sudeste do Brasil

No sentido de corrigir as distorções apontadas e equilibrar melhor os mecanismos de financiamento à cultura, caminha o projeto de reforma da legislação vigente e instituição do Programa Nacional de Fomento e Incentivo à Cultura (PROCULTURA). Além disso, o processo de implementação do **Sistema Nacional de Cultura** prevê a instituição de um Sistema de Fomento e Financiamento à Cultura (SNFC), com repasses diretos do Fundo Nacional de Cultura para os fundos estaduais, distritais e municipais, permitindo, desta maneira, a descentralização das decisões sobre o fomento à cultura no Brasil.

Saiba mais: confira o caderno temático “Sistemas de Cultura”



## FOMENTO À CULTURA NA BAHIA

Na Bahia o artista, artesão, produtor e instituição cultural também dispõem de mecanismos locais que viabilizam e fomentam a cultura. É fundamental reforçar que tanto na esfera federal, no MinC, quanto na estadual, via Secretaria de Cultura da Bahia (SECULT-BA) e municipal, por meio da Secretaria de Desenvolvimento, Cultura e Turismo de Salvador, existe a exigência da apresentação de um projeto cultural.

Como a procura por incentivo é sempre muito grande, comparando-se com os recursos disponíveis, a relevância do projeto cultural associada à sua qualidade na fase de proposta ou busca de recursos, têm uma importância fundamental no julgamento e escolha dos contemplados, que precisam demonstrar, também, a capacidade do proponente de realizar o que está previsto.

Uma síntese dos mecanismos geridos pelo estado baiano e pelo município de Salvador pode ser conferida no quadro seguinte.

## LEIS DE FOMENTO À CULTURA NA BAHIA E EM SALVADOR

Gestão	Legislação	Tipo de incentivo	Órgão Gestor
Estado da Bahia	FAZCULTURA Lei 7015 de 1996	Promove ações de patrocínio cultural por meio de renúncia fiscal. Através do FAZCULTURA, é possível financiar a atividade cultural, mediante abatimento de 5% a 10% do ICMS a recolher, no limite de até 80% do valor total do projeto cultural. A empresa deve investir recursos próprios equivalentes a, no mínimo, 20% dos recursos totais destinados ao projeto.	Secretaria de Cultura da Bahia SECULT <a href="http://www.cultura.ba.gov.br">www.cultura.ba.gov.br</a>
Estado da Bahia	Lei 9431 de 2005 Fundo de Cultura	<p>Visa incentivar e estimular as produções artístico-culturais baianas, custeando, total ou parcialmente, projetos estritamente culturais de iniciativa de pessoas físicas ou jurídicas, sem que o proponente precise buscar diretamente patrocinador. Os projetos financiados pelo Fundo de Cultura são, preferencialmente, aqueles que apesar da importância do seu significado, sejam de baixo apelo mercadológico, o que dificulta a obtenção de patrocínio junto à iniciativa privada. O Fundo de Cultura tem oportunidades através das seguintes modalidades de apoio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Editais setoriais (Audiovisual; Artes Visuais; Circo; Dança; Literatura; Música e Teatro)</li> <li>• Apoio à Publicação de Livros por Editoras Baianas;</li> <li>• Ações continuadas de instituições culturais privadas sem fins lucrativos;</li> <li>• Culturas Digitais;</li> <li>• Culturas Identitárias;</li> <li>• Culturas Populares;</li> <li>• Dinamização de Espaços;</li> <li>• Instituições Culturais;</li> <li>• Formação e Qualificação em Cultura;</li> <li>• Museus;</li> <li>• Patrimônio Cultural, Arquitetura e Urbanismo;</li> <li>• Projetos Estratégicos</li> <li>• Restauração e Digitalização de Acervos Arquivísticos Privados;</li> <li>• Territórios culturais;</li> <li>• Mobilidade Artística e Cultural</li> <li>• Projetos Culturais Calendarizados</li> <li>• Além da chamada "demanda espontânea"</li> </ul>	Secretaria de Cultura da Bahia SECULT <a href="http://www.cultura.ba.gov.br">www.cultura.ba.gov.br</a>
Município de Salvador	Lei 6800 de 2005	Permite incentivo de até 80% do valor do projeto, com direito a dedução de até 10% do ISS e IPTU para pessoa física ou jurídica. O patrocinador deverá investir recursos próprios de, no mínimo, 20% do valor do projeto.	Secretaria de Desenvolvimento, Cultura e Turismo de Salvador e Fundação Gregório de Mattos <a href="http://www.culturafigm.salvador.ba.gov.br/">www.culturafigm.salvador.ba.gov.br/</a>

Cabe salientar que o Governo do Estado da Bahia vem promovendo um aumento substancial dos valores disponibilizados através do Fundo de Cultura do Estado da Bahia (FCBA) e conseguiu uma relação bem mais equilibrada entre os recursos do FCBA e do FazCultura. Em 2013 enquanto o Fazcultura movimentou R\$ 15 milhões de incentivo fiscal, o Fundo de Cultura disponibilizou R\$ 38,25 milhões para projetos artístico-culturais escolhidos através de edital público. A seleção dos projetos contemplados é feita por comissões de seleção independentes, que possuem pelo menos 2/3 da sociedade civil, com pelo menos dois deles indicados pelo Conselho Estadual de Cultura.





## CONCLUSÕES

No atual contexto do financiamento cultural, os diversos mecanismos colocam em contato o criador cultural, que se expressa por meios e linguagens próprias do fazer artístico, o produtor cultural, que realiza e operacionaliza o projeto, os agentes de financiamento que podem ser públicos ou privados, representados por pessoas, em menor escala, e as empresas, com uma marcante presença após a criação das leis de incentivo fiscal para a cultura.

Além da cultura artística, outras práticas e modos de produção culturais também precisam do financiamento, em suas várias faces e modelos, para se realizarem como uma prática social. Enquadra-se neste segmento, dentre outras, as práticas culturais do cotidiano, que necessitam se manter ao longo do tempo, como forma de reafirmação das identidades.

Assim, as práticas culturais, em todas as suas dimensões, demandam políticas e estratégias de fomento. Diante das opções apresentadas, cabe aos produtores, criadores culturais, buscarem recursos nas instituições e mecanismos mais adequadas aos seus objetivos, com atenção especial para a qualidade do projeto apresentado, de forma a serem efetivamente convincentes da relevância e necessidade dos recursos para concretizarem suas criações.



## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, José Mendes de. Fundamentos do marketing cultural. In: ALMEIDA, José Mendes de; DA-RIN, Sílvia. **Marketing cultural ao vivo: depoimentos**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1992, p.9-21
- ALMEIDA, José Mendes de. **A arte é capital: visão aplicada do marketing cultural**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.
- BAHIA. Secretaria de Cultura da Bahia – SECULT <[www.secult.ba.gov.br](http://www.secult.ba.gov.br)> Acesso em: 05 jun. 2013.
- BOLAÑO, César; MOTA, Joanne; MOURA, Fábio. Leis de incentivo à cultura via renúncia fiscal no Brasil. In: CALABRE, Lia (Org.). **Políticas culturais: pesquisa e formação**. São Paulo: Itaú Cultural; Rio de Janeiro: Fundação Casa de Ruy Barbosa, 2012, p. 13-48.
- DÓRIA, Carlos Alberto. **Os federais da cultura**. São Paulo, Biruta, 2003.
- FREIRE, Alberto. **Explorando em outros campos: a trajetória da Petrobras na cultura brasileira**. 2010. 260f. Tese (Doutorado em Cultura e Sociedade). Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2010.
- MINISTÉRIO DA CULTURA (MINC). **Projetos culturais via renúncia fiscal**. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/2011/07/07/projetos-culturais-via-renuncia-fiscal/>>. Acesso em: 01 jun. 2013.
- MINISTÉRIO DA CULTURA (MINC). < [www.cultura.gov.br](http://www.cultura.gov.br)> Acesso em 01 jun. 2013
- MUYLAERT, Roberto. **Marketing cultural e comunicação dirigida**. 5. ed. São Paulo: Globo, 2000.
- PEDRA, Layno. **O financiamento público à cultura no Brasil: uma análise do Fazcultura e Fundo de Cultura**. Monografia (Graduação em Comunicação e Produção em Comunicação e Cultura). Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2009.
- OLIVIERI, Cristiane; NATALE, Edson. **Guia Brasileiro de Produção Cultural 2007**. São Paulo: Ed. Zé do Livro, 2007.
- REIS, Ana Carla Fonseca. **Marketing Cultural e financiamento da cultura**. São Paulo: Thomson, 2002.
- RUBIM, Antonio Albino Canelas. Marketing Cultural. In: RUBIM, Linda. (org.) **Organização e produção da cultura**. Salvador: Edufba, 2005, p. 53-77.
- RUBIM, Antonio Albino Canelas. Políticas Culturais: entre o possível e o impossível. In: NUSSBAUMER, Gisele. **Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares**. Salvador: Edufba, 2007, p. 139-158.
- SARKOVAS, Yacoff. **Cultura: O incentivo fiscal no Brasil. Teoria e Debate**, nº 62, 2005. Disponível em: <<http://www.fpabramo.org.br/o-que-fazemos/editora/teoria-e-debate/edicoes-anteriores/cultura-o-incentivo-fiscal-no-brasil>>. Acesso em: set. 2008.
- SILVA, Frederico A. Barbosa da. **Economia e política cultural: acesso, emprego e financiamento**. Brasília: Ministério da Cultura; IPEA, 2007.
- SILVA, Frederico A. Barbosa da. **Política Cultural no Brasil, 2002-2006: acompanhamento e análise**. Brasília: Ministério da Cultura; IPEA, 2007.

## **GOVERNO DO ESTADO DA BAHIA**

**Governador do Estado da Bahia**  
JAQUES WAGNER

**Secretário de Cultura**  
ANTÔNIO ALBINO CANELAS RUBIM

**Chefia de Gabinete**  
RÔMULO CRAVO

**Diretoria Geral**  
THIAGO PEREIRA

**Superintendente de Desenvolvimento Territorial da Cultura**  
TAIANE FERNANDES

**Superintendente de Promoção Cultural**  
CARLOS PAIVA

**Diretor do Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural**  
FREDERICO MENDONÇA

**Diretora da Fundação Cultural do Estado da Bahia**  
NEHLE FRANKE

**Diretora da Fundação Pedro Calmon**  
FÁTIMA FRÓES

**Diretora do Centro de Culturas Populares e Identitárias**  
ARANY SANTANA

## **COLEÇÃO POLÍTICA E GESTÃO CULTURAIS**

**Coordenação editorial**  
P55 Edições

**Coordenação de conteúdo**  
Secretaria de Cultura do Estado da Bahia

**Ilustrações**  
Jean Ribeiro

**Impressão e acabamento**  
Gráfica Cartograf

# **P55 EDIÇÕES**

[www.p55.com.br](http://www.p55.com.br)

Impressão e acabamento em Salvador, Bahia, em setembro de 2013.  
Direitos desta edição reservados à P55 Edições e à Secretaria de Cultura do Estado da Bahia.  
Nenhuma parte pode ser duplicada ou reproduzida sem a expressa autorização.



COLEÇÃO  
**POLÍTICA E  
GESTÃO  
CULTURAIS**

- Política Cultural
- Legislações Culturais
- Sistemas de Cultura
- Planos de Cultura
- Conselhos de Cultura
- Fomento à Cultura
- Participação, Consulta e Controle Social
  - Gestão Cultural
  - Redes e Consórcios
  - Território e Identidade